

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

*Зеркаль Дарья Анатольевна
аспирант кафедры теории
и истории политической науки
Уральского федерального университета
имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,
Dasha--Zerkal@yandex.ru*

Аннотация

Государственная информационная политика, институт связей с общественностью, средства массовой информации, информационное сопровождение.

Во второй половине XX века изменяется роль и значение информации в обществе. Контроль информационного пространства становится одной из актуальных задач государственной политики, что приводит к необходимости создания государственной информационной политики. Практическая реализация мер государственной информационной политики требует формирования соответствующих институтов, одним из которых является институт связей с общественностью. Данные структуры доносят до населения информацию о работе органов государственной власти, принимаемых решениях, происходящих событиях, позицию отдельных акторов по актуальным вопросам, осуществляют информационное сопровождение политических решений власти, играют значительную роль в формировании информационной повестки.

Abstract

In the second half of the XX century the role and importance of information changed in society. Control of information space has become one of the most important direction of government policy. This led to the establishment of the state information policy Practical implementation of the measures of the state information policy required the development of appropriate institutions, one of which is the Institute of Public

Relations. These structures inform citizens about a work of the government, current events and a position of the actors on issues, provides informational support of political decision-making, play a significant role in setting the media agenda.

Государственная информационная политика представляет собой систему мер, реализуемых органами государственной власти, направленная на поддержания единства и сохранения контроля над информационным пространством посредством информационного воздействия и использования информационных технологий.

Объектом государственной информационной политики выступает информационная сфера общества в целом, включающая в себя контроль каналов массовой коммуникации и содержания транслируемых сообщений. Под каналами коммуникации мы понимаем средства массовой коммуникации, то есть органы публичной передачи информации с помощью технических средств. Например, периодические печатные издания, сетевые издания, телеканалы, радиоканалы и другие средства массовой информации. Говоря о содержании транслируемых в средствах массовой информации сообщений необходимо понимать, что государственная информационная политика регулирует множество аспектов распространяемой информации, однако, с учетом того, что важнейшей задачей государственной информационной политики является сохранение единства и контроля над информационным пространством, речь идет об информации политического характера.

К информации такого рода чаще всего относят:

информация о деятельности политических акторов (политические лидеры, отдельные индивиды, группы влияния, государственные структуры и органы власти разных уровней, общественные неправительственные организации, иностранные государства, транснациональные корпорации);

информация направлена на поддержку и сопровождение политического курса правящей элиты (например, информационное сопровождение реформ, информационная повестка, задаваемая правящей элитой);

информация угрожающая социальной и политической стабильности, национальной безопасности.

При этом, одним из базовых механизмов контроля и управления указанной выше информацией выступает институт связей с общественностью. Говоря об институте связей с общественностью, мы подразумеваем, что широкие функции по связям с общественностью могут иметь различную структурную организацию, а зачастую и содержательное наполнение. Так выделяют несколько подходов к организации таких структур:

создание единого структурного подразделения, чаще всего пресс-службы, как единого элемента, в полном объеме выполняющего все функции по связям с общественностью;

разделение функций информационного сопровождения и информационной политики, либо функций сопровождения деятельности первого лица и информационной политики в разные структурные подразделения. В таком случае пресс-служба формируется в основном для выполнения чисто прикладных задач, в то время как политические функции возлагаются на другое подразделение, например департамент или отдел информационной политики;

отсутствие отдельных структурных подразделений, с возложением функций по связям с общественностью на отдельных сотрудников, чаще всего имеющих непосредственное подчинение руководителю организации.

Важно отметить, что политическое значение данных структур в значительной степени зависит от политического режима государства, уровня развития гражданского общества, наличия негосударственных средств массовой информации.

В своей повседневной деятельности службы по связям с общественностью доносят до населения информацию о работе органов государственной власти, принимаемых решениях, происходящих событиях, позицию отдельных акторов по актуальным вопросам. Зачастую именно через эти сообщения создается либо поддерживается повестка дня, формируется общественное мнение широких слоев населения.

Подробно анализируя повседневную деятельность служб по связям с общественностью при органах государственной власти, в своей диссертации О.Н. Савинова выделяет следующие основные направления их деятельности:

установление, поддержание и расширение контактов с гражданами и организациями;

информирования общественности о существе деятельности представляемых органов;

изучение общественного мнения, социально-политический мониторинг;

анализ общественной реакции на действия должностных лиц органов власти;

прогнозирование социально-политического процесса;

своевременное обеспечение органов власти прогнозными аналитическими разработками;

формирование благоприятного имиджа власти и должностных лиц [2;47].

Деятельность институтов по связям с общественностью действительно отражает все указанные направления. В то же время, полагаем необходимым подчеркнуть, что таких направлений в научной литературе обычно фиксируется намного больше. При этом важнейшим из них является информирование средств массовой информации. В различных научных трудах также выделяются такие направления как анализ внутреннего менеджмента, обеспечение информационной безопасности в рамках активной информационной политики, маркетинг и реклама.

Также деятельность структур по связям с общественностью является важной частью политической коммуникации. Они могут доносить информацию способную влиять не только на общественное мнение, но и на действия любых агентов (органов государственной власти, коммерческих компаний, отдельных политических деятелей, в том числе и оппозиционных). То есть через систему распространения информации и содержание информационных сообщений службы могут влиять на распространение информации угрожающей социальной стабильности, препятствовать ее распространению, искажать или задавать определенный ракурс освещения событий, купировать и убирать из информационной повестки отдельные темы.

При этом, на наш взгляд, противодействие распространению определенного рода информации, является важной частью борьбы за информационное пространство, а, следовательно, является частью информационной политики и также может осуществляться через институт связей с общественностью.

Такую позицию важно подчеркнуть, так как среди отечественных исследователей существует мнение, что являясь частью информационной политики, борьба в информационном пространстве не имеет непосредственного отношения к связям с общественностью. Аналогично дихотомии «борьба — связи с общественностью» зачастую рассматривают другую дихотомию «пропаганда — связи с общественностью». Так, исследователь П.И. Жукова пишет: «Советский опыт деятельности институтов пропаганды не может быть, в настоящее время, использован ни политической элитой; ни органами государственной власти, ни средствами массовой информации, ни обществом в целом»[1;215]. На наш взгляд такая позиция является достаточно радикальной. В рамках активной информационной политики используются элементы пропаганды агитации и другие методы формирования общественного мнения, особенно в периоды кризисов, но все же преобладают связи с общественностью.

Отдельным направлением работы служб по связям с общественностью является сопровождение политического курса правящей элиты. Оно осуществляется посредством проведения информационных кампаний, направленных на поддержку тех или иных решений власти.

По мнению ряда отечественных исследователей, например Е.А. Плешакова такие компании представляют собой долгосрочные информационные кампании, содержащие весь временной период принятия и реализации решений, а также разработанные антикризисные коммуникационные программы для наиболее рискованных этапов внедрения изменений в социально-политическую ситуацию [3;129].

Основными направлениями сопровождения политических решений, принимаемых органами государственной власти являются: деятельность, способствующая осознанию социальной проблемы, требующей принятия государственного политического решения; формирование представлений о результатах реализации решения; активное вовлечение граждан в осуществление изменений; демонстрация текущих и предъявление окончательных результатов реализованного государственного политического решения с оценкой его эффективности [5;22]

В свою очередь, О.Я. [4;17] считает, что эффективный пиар зависит от ряда факторов: организации, сложившихся практик взаимодействия с общественными и государственными партнерами, нормативно-правовой базы связей с общественностью, наличия достаточных материальных ресурсов, а также уровня доверия к структуре, реализующей решение власти, со стороны общественности.

Таким образом, институт связей с общественностью в настоящее время являются важнейшим механизмом формирования общественного мнения и институтом информационной политики. С помощью структур, осуществляющих связи с общественностью в органах власти различных ветвей и уровней, происходит передача «внутренней» информации в публичное пространство. То есть именно данные структуры функционально передают сообщения власти каналам массовой коммуникации. От эффективности их работы зависит способность государства контролировать и эффективно управлять информационным пространством в целом.

Список литературы:

1. Политические коммуникации / Под ред; А.И; Соловьева;.М.: Аспект Пресс, 2004; 488 с.
2. Савинова О.Н. Власть и общество: деятельность служб по связям с общественностью в российских региональных органах управления: Автореф. дис.докт. полит, наук. М., 1998. С. 47.
3. Судоргин О.А. Информационная политика в информационном обществе: тавтология или смысловой детерминант? // Власть. 2008. № 9. С. 20-25.
4. Хорава Ф.М. Роль, института «паблик рилейшнз» в социокультурных процессах постсоветской России (на материале межкультурных и межэтнических коммуникации): Автореф. дис: канд. социол. наук. М.;мгу.2000.27с.
5. Юдаев В.В. Информационные технологии в политическом процессе: теоретико-прикладной анализ: Автореф. дис. канд. полит, наук. М., 2005. 22 с.